...de criză-i doare-n flaut!

(Mircea Bunea – 18 septembrie 2009)

Motto:

„Ceea ce îmi este accesibil prin intermediul banilor, ceea ce pot plăti, adică ceea ce pot cumpăra banii, acesta sunt eu însumi, posesorul banilor. Cât de mare este puterea banilor, atât de mare este şi puterea mea. Calităţile banilor mei sunt calităţi şi forţe esenţiale ale mele, posesorul lor. Ceea ce sunt şi ceea ce pot eu însumi nu este deci nicidecum determinat de individualitatea mea. Sunt urât, dar îmi pot cumpăra cea mai frumoasă femeie. Aşadar, nu sunt urât, căci efectul urâţeniei, puterea ei respingătoare este anulată de bani. Ca individ sunt olog, însă banii îmi procură 24 de picioare, deci nu sunt olog. Sunt rău, necinstit, fără conştiinţă, stupid, însă banul este respectat, deci şi posesorul lui. Banul este bunul suprem, deci posesorul lui e bun; în plus, banii mă scutesc de osteneala de a fi necinstit; prin urmare, sunt presupus cinstit. Eu sunt stupid, însă banii fiind adevăratul spirit al tuturor lucrurilor, cum ar putea posesoul lor să fie lipsit de spirit? Şi apoi, el îşi poate cumpăra oameni de spirit, iar cel ce are putere asupra oamenilor de spirit nu este oare mai spiritual decât toţi oamenii spirituali? Eu care, datorită banilor, sunt în stare să fac tot ceea ce poate dori o inimă omenească, nu posed oare toate facultăţile omeneşti? Nu transformă deci banii mei orice neputinţă a mea în contrariul ei?”"

DESPRE ARTĂ, vol.1, p.162, Editura Politică, Bucureşti, 1966

V-am oferit extrasul de mai sus nu numai pentru că, zice-se, ar fi cea mai reuşită definiţie găsită vreodată prin descrierea a ceea ce îndeobşte numim bani, ci şi pentru că însăşi Terra pare să se bălăcească acum în criza financiară. Criză pe care, dacă o priveşti cu rigoarea şi savoarea cuvenite, observi că tipii perseverenţi în a se păstra inteligenţi o traversează cu prestanţă, cu eleganţă, dar mai ales cu o nonşalanţă absolut remarcabile. Inspirându-se de la aceştia, nu-i exclus ca şi altora să înceapă să le meargă oarecum mai bine...

Din păcate, nu cred că noi, românii, vom putea învăţa ceva de la cineva, şi asta pentru că de vreo două mii de ani, noi le ştim pe toate! D-aia nici ne vom putea schimba, prea suntem atipici... Nici gând să ne putem betona convingeri gen banii se fac la Rio – binecunoscuta patrie a binecunoscutului Carnaval –, dar se cheltuie la Sao Paolo! Asemenea percepţii cristalizate în concepţii se petrec doar în societăţile în care câmpul magnetic al utopiilor socialistoide n-a reuşit să se insinueze decât lacunar, iar cultul banului a fost şi a rămas cultul banului... Nici nu avem flexibilitatea unor veneţieni care, în ciuda cutumelor ori a protestelor celebrilor porumbei apăruţi prin cuibarele din podurile Palatului Dogilor, ori a tradiţionaliştilor, zi de vară până-n seară, ocupă celebra Piaţă San Marco cu miile de scaune necesare spectatorilor din toată lumea veniţi să-l asculte, noapte de noapte, sub cerul liber, pe un Andreea Bocelli, de pildă... Ceea ce fireşte că înseamnă bani, bani şi iar bani! Iar exemplele pot continua...

De pildă, hai să răsfoim împreună oricare dintre caietele de sală editate la Lincoln Center – pe a cărui suprafaţă sălăşluiesc nu mai puţin de unsprezece fundaţii, asociaţii, organizaţii şi instituţii culturale specializate –, pentru Metrpolitan Opera. Alături de capitolele fireşti concepute în aproape toate teatrele lirice ale mapamondului, într-o ţinută grafică excelentă, la New York te surprinde viziunea financiară a unui program care ar putea fi numit **totul la vedere!** Sunt publicate,

cu mulţumirile de rigoare, nu numai sumele primite, ci şi companiile donatoare, şi persoanele, cu nume şi prenume, care şi-au făcut un titlu de gorie din a oferi bani – de la câţiva dolari până la sume impresionante! – pentru prima scenă lirică a Capitalei Lumii; inclusiv lista fundaţiilor patronale care au iniţiat, girat şi au asigurat funcţionarea centrului la începuturi, adică între 1957 şi 1969. Chiar dacă sunt folosite cele mai mici corpuri de literă, iniţiativa mănâncă uneori un spaţiu tipografic de 10-15 pagini, dar efectele sunt vizibil benefice în dublu plan: cultural şi financiar. Nu mai vorbesc despre prozelitism. Anual apar noi si noi susţinători, chiar şi din afara Statelor Unite! S-a încercat aşa ceva la Bucureşti şi n-a mers? Nici gînd, bineînţeles...

Ori ceva de felul următor:

Tot în New York (180 Columbus Avenue, corner 68th st), la nici doi paşi de Metropolitan, fiinţează Il Violino, restaurantul unui italian care şi el se află pe lista de sponsori a operei newyorkeze. Nu cred că sunt acolo mai mult de treizeci de mese, preţurile sunt modice, iar mâncarea este bună, dar nu extraordinară. Însă celebritatea nu i s-a tras din recunoaşterea prestaţiei culinare, ci din faptul că, literalmente, pereţii localului sunt tapetaţi cu afişe, autografe şi fotografii ale aproape tuturor acelora care s-au produs pe scena Met-lui şi fac, ori au făcut, gloria mondială a muzicii de Operă. Solişti vocali şi instrumentişti, deopotrivă. La prima vedere, nici nu-ţi vine să crezi că nu te afli într-un muzeu. Din prima pagină a recomandărilor gastronomice reţii copia xeroxată alb-negru a unei schiţe cu lăutari şi o pereche distinsă, precum şi îndemnul **Take out menu**. Ceea ce am şi făcut, evident. Vadu-i bun, afacerea merge, banii curg, publicitatea – reciprocă! – e cu bătaie lungă, de criză-i doare-n flaut! S-a încercat la Bucureşti aşa ceva şi n-a mers? Nici gând!

Un ultim exemplu:

Pe o autostradă splendidă, între Tel Aviv şi Ierusalim cred că sunt vreo şaizeci de kilometri. Cam pe la jumătatea drumului, de pe un soclu înalt, te întâmpină însuşi Măria Sa ELVIS. Opreşti. Alama din care e făcut regele străluceşte în soarele dimineţii. In spatele statuii străluceşte şi te îmbie restaurantul ELVIS. Intri, comanzi de-ale gurii ce şi cât îţi pofteşte inima, mănânci privind jur-împrejur pereţii tapetaţi cu ELVIS fotografiat în toate poziţiile, cu şi fără microfon, cu şi fără chitară... Vrei să bei o cafea, un suc, o apă? Nici o problemă, plăteşi ce doreşti, dar grăbeşte-te, pleacă, nu bloca nici masa, nici parcarea, nu uita că eşti în trecere... Iar cana, gratuită, din partea casei, poţi s-o iei cu tine, la drum... Aşa şi faci, admiri peisajul prin parbriz şi sorbi dintr-o cană – made in China, fireşte – de pe care te privesc fotografiile lui ELVIS, cu cascheta de pilot şi fără, cu perciuni şi fără, cu părul lins şi uns cu brandolina timpului, fără brandolină, ca sa nu încurci şi să confunzi cumva mutrele, alături, într-un cerc imens, roşu, scrie ELVIS cu litere albe, mari cât furculiţa, iar sub cerc, în engleză şi ivrit eşti îndemnat **Back to the Magic!** Şi maşina aleargă, tu admiri peisajul magnific şi te gândeşti că vadu-i bun, că afacerea merge, că banii curg, că publicitatea-i cu bătaie lungă şi că – ce s-o mai lungesc!? – şi p-ăştia-i doare-n chitară de criza financiară mondială...

Am întrebat: S-a încercat aşa ceva în România şi n-a mers? Nici gând, mi s-a răspuns, se ştie că e o blasfemie să-ncurci cultura cu mercantilismul. Am tăcut, dar mi-am amintit că la Nazareth, exact peste drum de biserica care găzduieşte Izvorul Tămăduirii, se află restaurantul LA FONTANA DI MARIA...

Pot să şi jur că şi acolo vadu-i bun, că afacerea merge, că banii curg...